新媒体视阈下传统媒体实现“正面引导”的出路

摘　要：新媒体视阈下，舆论格局发生重大变化，传统媒体的权威性和公信力仍然具有不可替代的作用。新媒体技术的迅猛发展，极大地拓展了公众的“媒介使用权”，使传统的深度报道、系列报道、专题报道、典型报道，能有效复制到新媒体。传统媒体与新媒体相融合，起到优势互补，这对打通两个舆论场具有重要意义。在新媒体视阈下，传统新闻媒体究竟应该如何发挥新闻舆论的正面引导力？本文就新旧媒体发展进行深度探讨，以供参考。

关键词：新媒体视阈；传统媒体；正面引导
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）02-123-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.02.051

文 / 顾珊珊

引言

2016 年 10 月 24 日至 27 日，在北京召开了十八届六中全会，从严治党成为重点研究主题。会议审议通过了《关于新形势下党内政治生活的若干准则》和《中国共产党纪律处分条例》。其中，《准则》是党执政以来第一部坚持正面倡导，面向全体党员，规范全党廉洁自律的基础性法规。“坚持正面倡导”，与党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针——坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主一脉相承，媒体从业者称之为“正面引导”原则。

然而，一度在新媒体视阈下，舆论环境发生巨大变革。负能量新闻在规模、传播、影响上几乎压倒性盖过传统的正面宣传；而传统媒体的回击优势——深度报道、系列报道、专题报道、典型报道等在遭遇新媒体传播特征解构后，缺乏行之有效、简洁有力的对抗性。

1. 传统媒体在新媒体传播中存在的问题

1.1 定位混乱

现在，几乎所有传统媒体都在跟进新媒体的风向标。普遍认为，新闻媒体的作用，一是舆论导向；二是正面宣传；三是信息传播；四是舆论监督。然而，多数传统新闻媒体在一腔热血投向新媒体融合发展的路径时，往往存在定位不准的普遍问题，甚至抛弃了一贯的新闻坚持，在粉丝量、点击量里沉浮。比如，与自媒体同质化严重的新闻选题：一样的聚焦点、一样的热追寻、一样的生活类资讯……并且，做一样的以负面新闻吸引眼球的标题，失掉了“我究竟是谁”的定位思考。

新闻媒体自身擅长的报道模式、应该承担的新闻责任，包括正面引导的努力，在同质化现象下变得面目全非。然而，从传播效果来讲，个性鲜明的公众号才能具有与粉丝的粘合度。如果你都不知道你是谁，那么，哪一个粉丝会关注你千篇一律的面孔呢？

1.2 传播碎片化

新媒体传播的短暂式舆论狂欢以及碎片化信息输出，让多数新媒体报道失去了深度性。过于零散的传播过程导致相关新闻媒体对新媒体的运用相对零散，宣传内容也鱼龙混杂，没有形成整体的、清晰的、系统的新媒体传播思路。

比如，我市最近在“一报两台”集中刊发经济报道，关注张家港企业的创新路径。特别要求传统媒体运用创新思维制作报道，然而，“我在创新现场”的系列报道被新媒体复制时出现尴尬的局面。经济报道的专业性无法适应快速阅读的社交式新媒体，导致大型系列报道在适用新媒体时“中断”，或者处在一个断断续续的尝试过程中。这让受众无法通过新媒体对我市大型系列报道产生一个深刻的认识，这就是传播策略没有真正实现创新而存在的现实问题。其实，新媒体的公开性、透明性、及时性以及很强的社交互动性，非常有利于进行城市重要舆论话题的构建。

1.3 媒体把关弱化

互联网是一个高度开发的信息空间，传统新闻媒体中的把关机制在新媒体传播过程中被弱化。新媒体传播路径十分广泛，即便是从技术上甚至法律制度上对新媒体传播进行严格的把控，似乎也难以实时监控整个互联网中庞大而复杂的信息流动。在每个人都可以发声，甚至可以影响整个社会话语权的时代，很难重回传统媒体对大部分信息把关的“魔弹时代”。更令人尴尬的是，谣言跑得比真相快。

因此，面对海量的信息源、低门槛的新媒体平台，传统媒体的新媒体矩阵需要自我强调的一件事是“信息甄别”。否则，一件难以预料的小事都可能将一个构建数十年之久的新闻品牌推上风口浪尖。因为不慎散布谣言被封号仅仅只是最轻的一种惩戒，一旦权威性被瓦解，新闻媒体的正面引导力将荡然无存。因此，传统新闻媒体在运营自己的新媒体公号时，对内容把关是一件越来越迫切的事情。

2. 传统新闻媒体如何发挥正面引导力

2.1 准确定位新媒体形象

对于传统媒体来说，放弃既有的宣传优势，将自己置于与自媒体同等内容的水平线上竞争，显然是不明智的。张家港的主流新闻媒体有“一报两台”，各有不同的新闻侧重点。比如，《张家港日报》的鲜明特色是特刊策划和深入解读，张家港电视台的民生特色、互动优势是发展新媒体平台时的优势“底盘”。对《张家港日报》来说，如何将一张报纸嫁接到《张家港日报》官微上，是我们正在执行的方向。目前，我们深度嫁接了《张家港日报》合力打造的“港城会客厅”栏目，与“新闻110”项目实现互动对接，与张家港新闻网无缝接合，对报纸上呈现的典型报道、专题报道进行新媒体语言的转化，《张家港日报》和“张家港日报”官微形成交融互通的鲜明特色。当读者在阅读《张家港日报》时，他同时也会在《张家港日报》官微上发现两者一脉相承的脉络。报纸和官微就像是一个职场人“正式”和“休闲”的两种日常呈现，而非分裂的双重性格。

2.2 构建多元化传播

正面引导的多元化整合传播，要制定多元化的媒介传播策略。相对于传统媒体单一的输出，新媒体用H5、视频、留言互动、实时调查等技术手段实现了宣传形式的飞跃。多层次、多元化，但不能杂。

适合新媒体时代的整合传播可以分成两类：一是多个新媒体平台之间的交互式传播。今年，我市开展了“微眼观港城”大型新媒体宣传活动，《张家港日报》推出三篇报道：《三高＋三铁＋两个通用机场！张家港的未来交通这么霸气，你知道吗》，聚焦港城大交通建设；《这两位正宗“打鸟人”说，现在在张家港打鸟挺容易！》，聚焦港城生态建设；《在张家港，找到这个凉皮西施，吃一碗她亲手做的凉皮，才算圆满！》，聚焦港城新市民。张家港所有新闻媒体官微、乡镇官微集中推送，产生了相当好的传播效应。第一篇大交通报道仅在《张家港日报》官微上就获得了6万＋的点击量，很多市民反映，不止在一个平台上看到同样的报道，加深了他们对报道的印象。

由此可见，平台互推，在一定时期内，一定的大型宣传活动中是可以恰当运用的。

2.3 新媒体与传统媒体的交互性

11月20日，《张家港日报》官微发布一则《张报君寻找最忠实粉丝，终身赠阅》，结合年底《张家港日报》改版的契机，发布粉丝阅读调查表，调查表于同日刊登在《张家港日报》版面上，形成双重传播。迄今，收到各类粉丝、读者回复近1000份。《张家港日报》第一次以传统媒体和新媒体结合的方式与传统读者以及粉丝完成了一次即时互动。当读者或者粉丝发现自己的建议投射在《张家港日报》未来的改版中时，粘合度自然提高。

未来，《张家港日报》将要打造的融媒体中心，将以用户体验为中心，传统媒体与新媒体实现真正交融和同步，用一《张家港日报》纸和一个二维码带你读懂一座城市。

2.4 创新策划适合新媒体的报道模式

新的宣传形式要求新的报道模式。传统媒体的专题报道、典型报道、系列报道在新媒体上不是不能做，而是需要一个整体的策划。

首先，媒体策划人要形成分两步走的策划思路，传统媒体是第一步，新媒体紧跟着走下一步。其次，充分运用新媒体的技术形式，制作出吸引眼球的、互动更强、主题鲜明的新媒体报道，适应网络时代的碎片化、快速式阅读模式。

“我在创新现场”“最强创新面孔”“港城会客厅”，是目前《张家港日报》正在着力打造的三个系列报道。《张家港日报》官微正在同步跟进，寻找系列报道中的新媒体爆点，设定好时间频率推送，转化成网络传播热点。《张家港日报》还在同步跟进“张家港撤县建市30周年”系列报道，策划两会特别报道，关注文明城市测评报道，计划从互动性、体验性上充分发挥新媒体的优势，从深入化、解读式上发挥传统媒体的特性，做好关于张家港的主流报道、正面报道，形成正面引导的强大传播效应。

结语

新媒体视阈下，传统媒体实现“正面引导”的出路在于思路转变、创新策划，结合新旧媒体发展现状，从其特点、表现形式等方面入手，将融合媒体发展环境下存在的不足之处进行优化，从而推动两者之间更好的发展。媒

参考文献

[1] 吴毓颖．郑君君．新媒体传播视阈下城市品牌形象的构建[J]. 应用研究，2016（12）.

[2] 苏永兴．立学立行律己 知行合一奉公[N]. 宝鸡日报，2015-12-24.

（作者单位：张家港日报社）